



MULTIMODAIS, MAS NEM TANTO: UM RETRATO DO USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS POR GRUPOS DE JORNALISMO ALTERNATIVO BRASILEIROS

Kamila Bossato Fernandes¹

RESUMO: O processo de expansão dos meios de comunicação para o ambiente digital já dura mais de 20 anos, mas, ainda hoje, nem todos os meios possuem os mesmos níveis de utilização e acesso às ferramentas digitais, fazendo com que este seja um campo heterogêneo e desigual. Quando falamos especificamente do jornalismo alternativo, poucos estudos visam demonstrar como são usadas tais ferramentas. Diante disso, neste trabalho busco verificar como as ferramentas digitais são usadas por 73 grupos identificados no “Mapa do Jornalismo Independente do Brasil”, da Agência Pública. O objetivo é identificar de que modo tais iniciativas estão inseridas nas redes sociais, se usam ferramentas multimídia, se interagem com o público e se produzem narrativas multimodais.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo alternativo; ciberjornalismo; dispositivos digitais; multimodalidade.*

ABSTRACT: The expansion process of the media to the digital environment has lasted more than 20 years, but even today, not all media have the same levels of use and access to digital tools, which turns this field heterogeneous and unequal. When we speak specifically of alternative journalism, few studies aim to demonstrate how such tools are used for alternative or independent groups. Therefore, in this work, I try to verify how the digital tools are used by 73 groups identified in the "Map of Independent Journalism of Brazil", produced by Agência Pública. The goal is to identify how such initiatives are embedded in social networks, use multimedia tools, interact with the public and create multimodal narratives

KEYWORDS: *Alternative journalism; Online journalism; Digital devices; Multimodality.*

¹ Professora assistente (licenciada) do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC). Estudante de Doutorado do Programa FCT em Estudos de Comunicação da Universidade do Minho (Portugal), e investigadora do CECS, da Universidade do Minho. E-mail: kamila.fernandes@gmail.com

Introdução

O jornalismo ocupa a internet desde 1995, mas isso não significa que todas as práticas jornalísticas desenvolvam igualmente um ciberjornalismo em sua potencialidade. Se no início a prática simplesmente replicava o que era produzido por jornais impressos e meios eletrônicos, agora já estabeleceu linguagens diferenciadoras e práticas próprias, porém ainda não é incomum encontrar páginas na web mais parecidas com publicações analógicas. Inúmeras pesquisas na área do ciberjornalismo ou webjornalismo têm demonstrado tais desigualdades, a partir de propostas metodológicas que evidenciam o uso das ferramentas online pelos produtores e a apropriação delas pelos consumidores (*affordances*). As pesquisas, porém, têm se dedicado especialmente ao jornalismo tradicional, ou do *mainstream*, cujas empresas investem muitos recursos para efetivar essa migração, ou expansão, para os meios digitais, como forma de garantir sua sobrevivência em meio às transformações no ecossistema midiático. Iniciativas de jornalismo alternativo seguem subanalisadas, ainda que representem práticas em franca expansão na internet. Uma das exceções é o recente estudo de Harlow e Salaverría (2016).

37

Neste artigo, propõe-se retratar como grupos de jornalismo alternativo brasileiros utilizam algumas das ferramentas digitais. A análise se dará a partir da produção de 73 grupos identificados pela Agência Pública de Jornalismo Investigativo², um dos grupos de mídia alternativa no país, no chamado “Mapa do Jornalismo Independente do Brasil³”, publicado online em março de 2016. O objetivo é verificar de que modo os grupos estão inseridos em redes sociais, se usam ferramentas multimídia, se interagem com o público e se produzem narrativas multimodais (Kress, 2009). Para tanto, foram analisados tanto os sites dos grupos enumerados como as páginas das redes sociais digitais e suas últimas postagens. O conteúdo e a forma das publicações, com seus sentidos produzidos, não serão foco deste estudo, o que deverá ser retomado em outros trabalhos. Esta análise faz parte da minha pesquisa de Doutorado no Programa

² Site no endereço <http://apublica.org>. Acesso em 06/04/2017.

³ Disponível no endereço <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>. Acesso em 29/10/2016.

FCT⁴ em Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade⁵, na Universidade do Minho, sob orientação da professora Anabela Carvalho.

Traçar este tipo de diagnóstico torna-se relevante para compreender as diferentes apropriações dos dispositivos digitais na produção midiática contemporânea, para ampliar a visão sobre as produções jornalísticas alternativas e até para desmistificar a ideia que se faz da internet em oposição aos meios tradicionais, de que possui um caráter inovador, único e participativo por natureza (Carpentier, 2011), mesmo entre grupos que já nasceram online, os chamados nativos-digitais, como é o caso da maioria das iniciativas analisadas.

Antes de discutir os resultados, far-se-á uma discussão sobre o ciberjornalismo e suas características diferenciadoras em relação às práticas analógicas, com foco na característica da multimídia, um dos aspectos que, paradoxalmente, parece ser dos mais óbvios na digitalização do jornalismo, ao possibilitar que se incorporem recursos em texto escrito, áudio e vídeo em um mesmo ambiente, mas que ainda segue como um dos maiores desafios desta prática. Também será introduzida uma breve discussão sobre o que é o jornalismo alternativo, incluindo pesquisas recentes que focam nesta área, para enfim chegar ao objeto de estudo desta comunicação.

Características do ciberjornalismo

A produção jornalística para a internet pode não ter gerado alterações diretas nos valores do jornalismo analógico, prevalecendo o que se estabeleceu ao longo da sua profissionalização. Contudo, demarcou mudanças relevantes na estrutura da prática produtiva, a partir das potencialidades do meio, que incluem hipertextualidade, expressão multimídia (ou multimídia), personalização de conteúdos, memória e atualização constante da informação (ou instantaneidade) (Masip *et al.*, 2016). Em livro de 2014, coordenado por Canavilhas (2014b), foram acrescentadas mais duas características diferenciadoras, a interatividade e a ubiquidade, esta última propiciada principalmente pelo uso dos dispositivos móveis. Assim, tem-se uma prática que mantém o princípio

⁴ Fundação para a Ciência e a Tecnologia de Portugal.

⁵ <http://www.lasics.uminho.pt/estudosdecomunicacao/>

jornalístico de difundir informação, porém sob uma nova dimensão tanto em relação aos conteúdos, como ao tempo, ao espaço e à forma.

Por mais que o jornalismo produzido e distribuído pela web tenha mimetizado, por muito tempo, o que era feito nos meios de comunicação tradicionais, com um simples copiar e colar justificado pela necessidade de estar online, aos poucos foi se consolidando uma lógica própria deste tipo de produção, que é essencialmente multimodal, o que significa que tem o potencial de trabalhar com diferentes linguagens simultaneamente com o intuito de informar, por meio de fotos, vídeos, áudios e infografias estáticas ou animadas, por mais que o texto ainda se sobreponha (Masip *et al.*, 2011; Canavilhas, 2014a). Situação que transformou inclusive as rotinas do profissional em jornalismo (Salaverría, 2016), antes um especialista em determinada linguagem, com horário regulado pelo fechamento de sua edição, mas que agora precisa dominar outras técnicas, como edição de imagens e captação de vídeos, e lidar com uma pressão ainda mais intensa do tempo, em uma eterna atualização do acontecimento.

Pesquisadores da área veem tais novidades ora com entusiasmo, tanto pela potencial expansão do acesso à informação como pelo volume de dados que este novo dispositivo pode representar, ora com desconfiança, entre uma “euforia cibernética” e uma “distopia digital” (Correia, 2012: 57). Um exemplo crítico é o de Bastos (2013), que, a partir da análise do cenário midiático português, considera que o ciberjornalismo tem levado a uma diluição dos próprios valores do jornalismo, resultando na perda de qualidade dos conteúdos.

Assim como o conceito de jornalismo alternativo não é unânime, o que trata do jornalismo produzido e difundido pela internet também apresenta inúmeras variáveis, com diferenças materializadas já na nomenclatura. Canavilhas (2007: 2) enumera as diferentes denominações: jornalismo online, eletrônico, digital, multimedia, cibernético e ciberjornalismo, termos aplicados por diferentes autores, e relacionados a diferentes momentos desta prática. Ele mesmo adota webjornalismo, por considerá-lo não tão amplo como ciberjornalismo, termo trabalhado por Salaverría (2005). Considera assim que “webjornalismo é o jornalismo que utiliza as ferramentas da internet para investigar e produzir conteúdos difundidos pela web, e que tem uma linguagem própria composta por textos, sons, imagens e animações, conectados entre si através de ligações”

(Canavilhas, 2007: 6-7). Neste trabalho, utilizo tanto webjornalismo como ciberjornalismo de modo indiferenciado.

Entre as características que mais distinguem o ciberjornalismo e ensejam euforia está a expressão multimídia, ou multimidialidade. Porém, em 22 anos de jornalismo na internet, completados em 2017, por mais que o webjornalismo seja uma prática essencialmente multimidiática, não significa que os elementos multimídia estejam presentes de forma plena em reportagens.

Por sinal, eis mais um termo que leva a inúmeras divergências e incompreensões, ainda que esteja amplamente difundido tanto na pesquisa como no senso comum: multimídia. Lévy (1999) chega a refutá-lo com veemência, ao considerar inadequado associá-lo à ideia de multiplicidade de linguagens difundidas pela internet. Para o autor, trata-se de um “*horizonte de unimídia multimodal*, ou seja, a constituição progressiva de uma estrutura de comunicação integrada, digital e interativa” (Lévy, 1999: 59).

Salaverría (2001) também problematiza o emprego do conceito de multimídia e chama a atenção para a diferença entre o uso no plano comunicativo, que se refere às mensagens produzidas, difundidas e percebidas a partir de diferentes linguagens, mas sob um mesmo meio, e no plano instrumental, quando se refere às práticas empresariais. Assim, para o autor, falar de multimídia quando tratamos de um conglomerado midiático, que integra meios de comunicação que utilizam diferentes linguagens, não é o mesmo que se referir a uma determinada narrativa multimidiática, a qual se constitui pelo entrelaçamento de relatos materializados em linguagens diferentes, mas de modo complementar. Salaverría, assim, entre outros autores do ciberjornalismo, passa a aplicar a ideia de multimidialidade em uma perspectiva semelhante à do conceito de multimodalidade, proposta trabalhada por autores da semiótica social (Van Leeuwen, 2008; Kress, 2009; O'halloran, 2011; Bateman e Schmidt, 2012) que busca esmiuçar as diferentes formas de representação possíveis a partir dos modos semióticos contidos em um ato comunicacional. Esses modos são justamente as diversas maneiras escolhidas para dar sentido à mensagem, seja por texto escrito, visual (com imagens estáticas ou em movimento) e sons, formando um *design* próprio ao serem combinados e colocados em prática, como conceituam Kress e van Leeuwen (2006).

Deste modo, a característica de multimídia do webjornalismo está longe de ser meramente reunir, em uma mesma plataforma, diferentes linguagens com mensagens jornalísticas. E não foi de imediato que esta característica se estabeleceu em sua plenitude. Como destaca Masip (2010), desde o início do jornalismo na web havia a disponibilidade do vídeo, usado então apenas como testemunha, como prova do que estava escrito no texto. Com o passar do tempo, segundo o autor, passou a prevalecer o uso de vídeos como complemento de reportagens em texto, e em grande parte relacionados ao *softnews*, ou notícias relacionadas a entretenimento, comportamento e curiosidades, não ao *hardnews*. Preponderaram também, segundo Masip (2010), vídeos de produtores externos, não produzidos pelo próprio meio jornalístico.

Ainda assim, a produção de notícias em vídeo tem crescido mais do que a demanda do público. Como constataram Kalogeropoulos, Cherubini e Newman (2016), em amplo inquérito realizado em 26 países da Europa e da América do Norte, o aumento da oferta de notícias online em vídeo é dirigido mais pela tecnologia, pelas plataformas e pelos editores, mas ainda está longe de refletir o consumo: apenas 2,5% do tempo gasto em visita a sites de notícias é usado para ver vídeos, segundo este levantamento, enquanto o restante, 97,5%, é dedicado à leitura de textos. Quando há um grande acontecimento, como os atentados em Paris em novembro de 2015, porém, o interesse pelos vídeos aumenta, amplificados pelo compartilhamento por meio das redes sociais digitais. O que leva os autores a concluir que o vídeo online é uma forma poderosa e popular de cobrir histórias atraentes, mas nem toda cobertura cotidiana é igualmente atraente (Kalogeropoulos *et al.*, 2016: 4). Já Masip (2010) acredita que é possível estabelecer novas práticas de consumo de vídeos informativos de qualidade. Ele percebe isso a partir da difusão, tanto entre canais do *mainstream*, como entre grupos alternativos, de produções mais aprofundadas e de qualidade em vídeo, com a difusão de entrevistas, reportagens e webdocumentários. E muitas destas produções têm sido originadas em sites de jornalismo alternativo em diversos locais do mundo.

Jornalismo alternativo

Não foi a internet que possibilitou a existência do jornalismo alternativo, mas este meio tem contribuído para a sua expansão e transformação. Como Atton e Hamilton (2008) demonstram, características relacionadas à produção alternativa de

informações podem ser identificadas desde os primórdios do jornalismo, especialmente com a imprensa oposicionista. Ainda assim, é inegável que a web tornou mais fácil o acesso aos meios comunicacionais, tanto em termos materiais como por sua difusão, o que tem favorecido especialmente práticas que não pertencem ao *mainstream*, mas que agora encontraram um ambiente favorável à sua circulação. Assim, é possível afirmar que a produção do jornalismo alternativo está cada vez mais ligada à do ciberjornalismo. E justamente por isso, mais investigadores têm se interessado pelo tema, sobretudo para compreender o uso dos novos *media* para a difusão de informação e a interação com o público (Carpentier *et al.*, 2013; Mattoni e Trere, 2014; Rodriguez *et al.*, 2014), que deixa de ser visto como um conjunto de receptores passivos e passa a ser formado por *prosumers* (Bruns, 2011), com potencial de utilizar as ferramentas digitais para criar novas formas de participação e ação cidadã (Dahlgren e Alvares, 2013; Dahlgren, 2014). O interesse pela pesquisa sobre práticas de jornalismo alternativo no Brasil também tem crescido, como é possível constatar nos exemplos de Strelow (2005), Carvalho (2014) e Nonato (2015).

Mas, como o jornalismo alternativo pode ser definido? Apesar de os estudos na área terem se intensificado, há divergências sobre o que significa o jornalismo alternativo, que se refletem na nomenclatura usada para designá-lo. Jornalismo comunitário, participativo, radical, cidadão, de *grassroots*, cívico. Diferentes nomes referem-se a diferentes práticas, as quais Atton e Hamilton (2008) buscaram minimizar ao uni-las sob o mesmo guarda-chuva do “alternativo”. Não se trata de “um tipo universal de jornalismo, mas de um esforço sempre em mudança para responder criticamente aos conceitos dominantes de jornalismo” (Atton, 2011: 19). Mais do que qualquer outra coisa, o que une as diferentes iniciativas de jornalismo alternativo, para Atton (2011), é sua predisposição para ser crítico e experimental.

Forde (2011: 19) prefere intercalar os termos alternativo e independente para falar deste tipo de jornalismo e enumera, entre as características deste tipo de jornalismo: a) pode ser uma publicação comercial ou não comercial, no formato que for; b) pode pertencer a um grupo ou um coletivo independente, desde que não tenha vínculos com o *mainstream*; c) realiza coberturas sob uma perspectiva alternativa (o que não é essencial em diversos formatos, como nos fanzines musicais, blogs ou outras publicações de nicho que não cobrem notícias); d) pode ter ou não envolvimento com

partidos ou movimentos políticos (visão aceita por diversos autores); e) os que trabalham para os meios alternativos podem ser amadores ou jornalistas profissionais; f) as notícias produzidas podem ser extremamente locais ou bem mais amplas, chegando a um jornalismo investigativo; g) pode se materializar em um programa diário que alcance uma vasta audiência ou em uma produção individual lida por algumas dezenas de pessoas.

Harlow (2015: 1024), por sua vez, enfatiza o conteúdo como aspecto diferenciador deste tipo de produção e assume como pressuposto que, para ser considerado alternativo, o meio de comunicação deve ser “um espaço democrático e independente, com conteúdo radical e crítico, produzido em um processo anticapitalista, o qual visa uma mudança política e social progressiva”, visão normalmente associada com movimentos sociais, dissidentes, contracultura, anarquistas, mídia étnica, mídia comunitária e imprensa subterrânea. Tal visão segue a linha defendida por Downing (2001) no que ele chama de mídia radical.

Peruzzo (2008) também considera que o interesse dos meios alternativos, de “interferir nos sistemas geradores e mantenedores da desigualdade” (p. 378), é determinante para defini-los como tal, o que se associa, mais recentemente, às possibilidades de inovação propiciadas pelas novas tecnologias de informação e comunicação. A autora propõe uma categorização específica para a prática jornalística produzida em meios de comunicação alternativa, que denomina de imprensa alternativa, a qual, por sua vez, pode ser subdividida em jornalismo popular alternativo (de base popular), jornalismo alternativo colaborativo, jornalismo alternativo autônomo, jornalismo político-partidário e jornalismo sindical (Peruzzo, 2009: 140-141).

Já Harcup (2003; 2005) enfatiza a motivação do jornalismo alternativo em “mudar o mundo” ao trazer à tona “outras vozes”, de atores sociais que normalmente não têm voz nos *media* tradicionais, perspectiva também reforçada por Rodriguez (2001), que, por sua vez, prefere denominar esta prática jornalística de mídia cidadã (*citizens' media*). Harcup constata que muitas das iniciativas alternativas têm curta duração, até mesmo pelo sub-financiamento, e que não conseguem alcançar grandes audiências, mas isso não reduz sua relevância, já que, ao se empenhar em dar pluralidade à esfera pública midiática, tais produções contribuem para o desenvolvimento da democracia.

Carpentier (2016), ao se referir especificamente à mídia comunitária, alerta que não se deve “fetichizar” os papéis atribuídos a esta prática, que são múltiplos e diversos. Contudo, ele enfatiza que se trata de uma mídia rizomática, por ter entre suas características ser não-linear, anárquica e nômade, capaz de conectar diferentes pontos onde quer que estejam. Para o autor, o enraizamento da mídia comunitária na sociedade civil e sua oposição ao que propõe tanto o mercado como o estado fazem com que esta seja fluida e quase imperceptível. Por isso, segundo ele, ainda é uma prática sub-pesquisada e que demanda um olhar não mídia-cêntrico em novas pesquisas.

Em um dos poucos estudos que buscam mapear os usos das ferramentas digitais por grupos de jornalismo alternativo na América Latina, Harlow e Salaverría (2016) concluíram que nenhum dos 26 sites analisados utiliza plenamente as potencialidades dos meios digitais, ainda que sejam nativos-digitais. Isso segue o que já havia sido constatado em relação aos *media* tradicionais, que mesmo na web não incorporaram plenamente as características de multimídia, interatividade e elementos de participação digital em seus sites. Para os autores, porém, mais do que inovar, os grupos de jornalismo alternativo estudados demonstram querer regenerar o jornalismo pelo enaltecimento de certas práticas da produção de informação, às quais agregam o dever de contar histórias omitidas pelos *media* tradicionais e dar voz a grupos e indivíduos ignorados socialmente, ao mesmo tempo em que estabelecem uma aproximação com o ativismo digital.

Retrato brasileiro

Para perceber de que modo os grupos brasileiros de jornalismo alternativo que integram o “Mapa do Jornalismo Independente”⁶ utilizam as ferramentas digitais, foram visitados tanto os sites como as páginas de cada grupo nas redes sociais. Nessas visitas, foram identificados os modos semióticos utilizados para comunicar, como texto escrito, imagens (em fotos e em vídeos), e áudio. Também buscou-se identificar a existência de canais de interação, como links para comentários no site e reações dos grupos jornalísticos a mensagens deixadas por receptores em suas páginas do Facebook, bem

⁶ Foram analisados no “Mapa do Jornalismo Independente” apenas os grupos listados originalmente pela Agência Pública. Os grupos relacionados posteriormente por sugestão dos leitores, reunidos em uma aba à parte, não integram este estudo.

como a possibilidade de contribuição financeira pelo público para custear as produções, e se de alguma forma o leitor é convidado a interferir ou participar da produção editorial.

O retrato levantado passa por uma contagem quantitativa, mas esta deve servir apenas para guiar a leitura dos resultados. Até porque não é possível, com este levantamento, fazer qualquer afirmação que generalize as práticas do jornalismo alternativo brasileiro na internet. Trata-se de um retrato limitado tanto pelo universo escolhido para análise, que certamente não representa a totalidade de iniciativas jornalísticas alternativas do Brasil na web, mas um recorte sugerido pela Agência Pública por meio do “Mapa do Jornalismo Independente”, como pelo momento, já que tais práticas seguem em franca mutação e as dinâmicas produtivas de cada iniciativa podem se alterar de uma hora para outra. Assim, mais do que os números obtidos, irei focar em exemplos que poderão dar uma dimensão mais precisa de como o uso das ferramentas digitais varia de grupo para grupo, até o momento em que este levantamento foi realizado. Os dados desta pesquisa foram levantados no início do mês de outubro de 2016.

Todos os 73 grupos analisados tinham páginas nas redes sociais naquela ocasião. Todos estavam no Facebook, e apenas uma minoria, 8 grupos, não estavam também no Twitter. A audiência alcançada nestes meios variava imensamente: 18 grupos tinham, até o dia 6 de outubro de 2016, mais de 100 mil seguidores no Facebook, enquanto outros 22 não chegaram a ter 10 mil seguidores. Nos extremos estão a Mídia Ninja, com 1,10 milhão de seguidores, e a Acurácia, com 2.300 seguidores, até esta mesma data.

Dos 73 grupos analisados, a maioria (59, ou 80,8%) possui vídeos. Destes, 55 publicam vídeos próprios, o que não significa que todos atuem igualmente com produções em audiovisual. Há desde aqueles que apenas realizam montagens de edição, com legendas ou uma narração em off para cobrir imagens captadas em outras fontes, há outros que realizam emissões ao vivo, tanto de debates online, como de manifestações de rua, até os que realizam grandes reportagens e até documentários jornalísticos, tanto isoladamente como para compor produções multimidiáticas.

Entre os que publicam vídeos com maior frequência estão aqueles que fazem coberturas sobre manifestações sociais, como o grupo Jornalistas Livres, que faz tanto emissões ao vivo como vídeos editados sobre esses eventos. O que não significa que

sempre se obtenham audiências significativas. Com o mesmo exemplo, o Jornalistas Livres é, entre as iniciativas analisadas, um dos grupos com maior quantidade de seguidores no Facebook, com 560 mil seguidores até 6 de outubro de 2016. Contudo, até esta mesma data, a publicação de uma entrevista em vídeo com um político de esquerda durante uma manifestação contra o governo federal tinha obtido 17 mil visualizações.

Outro vídeo sobre uma manifestação contra o governo federal, desta vez realizado pelo Coletivo Nigéria, que conta com 15.400 seguidores no Facebook, já contava, na mesma data, com 136 mil visualizações. O que pode ser explicado pela capilaridade das redes sociais digitais, que estimulam o compartilhamento de eventos de interesse social mais relevante.

É no quesito da multimídia que os obstáculos aparecem com mais intensidade. Pouco mais da metade dos grupos analisados (39, ou 53,4%) estabelece narrativas multimodais em suas páginas, compondo reportagens que inter-relacionem mais de uma linguagem, seja com vídeo e áudio próprios, seja com links audiovisuais de outras origens. Com um site composto por hiperlinks que conduzem o receptor a descobrir o teor das reportagens capítulo por capítulo, o Repórter de Rua consegue forjar um supra relato cujo teor se complementa a partir das diferentes linguagens, que surgem de acordo com o fluxo narrativo, o que o torna um bom exemplo de iniciativa que se apropriou intensamente da expressão multimidiática. Por outro lado, quase a metade dos grupos (34), mesmo quando possui vídeos, os utiliza de modo completamente separado dos materiais escritos, estabelecendo até canais ou links próprios para isso. Como exemplos, o grupo Barão de Itararé, que mantém uma aba denominada Multimídia, em que disponibiliza vídeos, áudios e fotos, e o Outras Palavras, que insere gravações em vídeo no Canal Outras Palavras.

As emissões ao vivo são outra estratégia multimodal utilizada com vínculo direto ao ritmo contínuo das redes sociais digitais. Alguns grupos têm aderido a esse modo de comunicação não apenas em eventos públicos de rua, mas também em atos online, como o que aconteceu no dia 28 de setembro de 2016, com a virada feminista a favor do aborto, do qual participaram grupos como o Lado M, o Nós Mulheres da Periferia e o Think Olga, com emissões em direto de debates sobre o tema em cada uma de suas páginas do Facebook.

No quesito interatividade, é possível dizer que a maioria estabelece canais de comunicação direta com o público, porém não incentiva a participação tanto nos processos editoriais como no financiamento. Dos 73 grupos analisados, 52 mantêm links para comentários em seus sites. Além disso, ao visualizar a atuação de cada um no Facebook, foi possível notar que ao menos 46 procuram manter algum diálogo direto com a audiência nos comentários feitos sobre as publicações, nem que seja apenas ao "curtir" um comentário. Para tanto, foram checados os comentários das últimas 10 publicações de cada um dos grupos analisados.

Contudo, quando buscamos verificar em que medida o público é chamado a participar das publicações, apenas 20 iniciativas apresentam claramente um convite, seja para o envio direto de material publicável, seja para opinar sobre temas ou projetos a serem desenvolvidos pelo próprio grupo alternativo. Mesmo convites para participar do financiamento da produção alternativa são minoritários: apenas 27 grupos apresentam essa possibilidade, tanto na forma de doação, como no modelo de assinatura ou "sócio".

Conclusão

Assim como acontece no jornalismo tradicional e também foi constatado entre grupos alternativos latino-americanos, as iniciativas nativo-digitais de jornalismo alternativo brasileiras estão longe de aplicar plenamente os recursos potencializados pelas ferramentas digitais, tanto para contar histórias como para se relacionar com o público. A maior dificuldade não é estar presente nas redes sociais digitais nem difundir conteúdos em diferentes formatos, mas parece ser estabelecer narrativas multimidiáticas e inovar nas formas de interação com a audiência para se tornar mais próximo e, com isso, propiciar maior participação.

Não que haja uma forma correta e ideal de comunicar. Como enfatiza Rodriguez (2016), mais importante do que as ferramentas utilizadas, interessa a qualquer grupo alternativo conseguir fazer com que o conteúdo produzido chegue às pessoas, o que geralmente acontece a partir da demanda da audiência e suas especificidades, não pela mídia em si. Quando se fala, contudo, sobre as potencialidades dos cibermeios, tem-se em mente as características de uma sociedade urbanizada e fragmentada, com todas as suas diferenças e desigualdades sociais e que segue em um forte processo de midiaticização.

Assim, mapear de que modo grupos alternativos se comunicam traz pistas para melhor vislumbrar até mesmo o potencial alcance dessas mensagens, ou suas limitações, em um contexto em que tais grupos não se restringem a querer informar, mas têm a intenção de intervir e transformar certa situação de injustiça social.

Referências

- ATTON, Chris. “Alternative journalism”. In: DOWNING, John D. H. (Ed.). **Encyclopedia of Social Movement Media**. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 2011.
- ATTON, Chris; HAMILTON, James F. **Alternative Journalism**. 1st. London, 2008.
- BASTOS, Helder. “A diluição do jornalismo no ciberjornalismo”. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. Covilhã, LabCom, 2013.
- BATEMAN, John; SCHMIDT, Karl-Heinrich. **Multimodal Film Analysis - How Films Mean**. London, New York, Routledge, 2012.
- BRUNS, Axel. “Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo”. **Brazilian Journalism Research**, v. 7, n. 2, 2011. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315>. Acesso em 18/08/2015.
- CANAVILHAS, João. **Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la WWW**. Covilhã: Livros LabCom, 2007.
- _____. “Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas”. In: CANAVILHAS, João. (Ed.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom Books, 2014a. cap. 1, pp.3-24.
- _____. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom Books 2014b.
- CARPENTIER, Nico. “Contextualising author-audience convergences: 'New' technologies' claims to increased participation, novelty and uniqueness”. **Cultural Studies**, v. 25, n. 4-5, 2011, pp. 517-533.
- _____. “Community media as rhizome”. **Journal of Alternative and Community Media**, v. 1, n. 1, 2016, pp. 4-6.
- CARPENTIER, Nico; DAHLGREN, Peter; PASQUALI, Francesca. “Waves of media democratization: A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere”. **Convergence - the International Journal of Research Into New Media Technologies**, v. 19, n. 3, p. 287-294, Aug 2013.
- CARVALHO, Guilherme. “Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública”. **Revista Alterjor**, v. 10, n. 2, 2014, pp. 126-142.

CORREIA, João. C. “A participação como desafio à profissão jornalística”. In: CORREIA, João C. (Ed.). **Ágora: Jornalismo de Proximidade - Limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: Livros LabCom, 2012.

DAHLGREN, Peter. “Political participation via the web: Structural and subjective contingencies”. **Interactions: Studies in Communication Culture**, v. 5, 2014.

DAHLGREN, Peter; ALVARES, Cláudia. “Political participation in an age of mediatisation”. **Javnost-The Public**, v. 20, 2013.

DOWNING, John. **Radical Media: Rebellious communication and social movements**. Thousand Oaks, London, New Dheli: Sage Publications, 2001.

FORDE, Susan. **Challenging the News: The Journalism of Alternative and Community Media**. Palgrave Macmillan, 2011.

HARCUP, Tony. “ ‘The Unspoken – Said’: The Journalism of Alternative Media”. **Journalism**, v. 4, n. 3, p. 356-376, August 1, 2003.

_____. “ ‘I’m Doing this to Change the World’: journalism in alternative and mainstream media”. **Journalism Studies**, v. 6, n. 3, p. 361-374, 2005.

HARLOW, Summer. “Losing focus: goal displacement at an alternative newspaper in El Salvador”. **Media Culture & Society**, v. 37, n. 8, Nov 2015, pp. 1119-1137.

HARLOW, Summer; SALAVERRÍA, Ramon. “Regenerating Journalism”. **Digital Journalism**, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2015.1135752>. Acesso em 12/08/2016.

KALOGEROPOULOS, Antonis; CHERUBINI, Federica; NEWMAN, Nic. **The future of online news video**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016.

KRESS, Gunther. **Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication**. New York: Taylor & Francis, 2009.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images: The Grammar of Visual Design**. London, New York: Routledge, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MASIP, Pere. “El video en los cibermedios: algunas certezas y muchas dudas”. **Anuario ThinkEPI**, v. 4, 2010, pp. 180-185.

MASIP, Pere; MICÓ, Josep L.; MESO, Koldo. “Aspectos del ciberperiodismo en España: Análisis de los contenidos multimedia en El País, El Mundo, La Vanguardia, El Correo, La Información e RTVE”. In: MARTINS, Elaide e PALACIOS, Marcos (Ed.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Covilhã: Labcom Ebooks, v.2, 2016.

MASIP, Pere; MICÓ, Josep L.; TEIXEIRA, Tattiana. “Ferramenta para Análise de Multimedialidade em Cibermeios”. In: PALACIOS, Marcos (Ed.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Covilhã: LabCom Books, v.1, 2011. p.81-129.

MATTONI, Alice; TRERE, Emiliano. "Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements". **Communication Theory**, v. 24, n. 3, Aug 2014, pp. 252-271.

NONATO, Claudia. "Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania". **Revista Alterjor**, v. 12, n. 2, 2015, pp. 44-57. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/alterjor/article/view/99094/104081>. Acesso em: 05/04/2017.

O'HALLORAN, Kay, SMITH, Bradley. "Multimodal Studies". In: O'HALLORAN, Kay, SMITH, Bradley (Ed.). **Multimodal Studies - Exploring Issues and Domains**. London, New York: Routledge, 2011.

PERUZZO, Cicilia. M. K. "Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados: reelaboraões no setor". **Palavra Clabe**, v. 11, n. 2, 2008. Disponível em: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744> . Acesso em 25/4/2016.

_____. "Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço". **Revista Galáxia**, 17, 2009, pp. 131-146.

RODRIGUEZ, Clemencia. **Fissures in the Mediascape – An international study of citizens' media**. New Jersey, Hampton Press, 2001.

_____. "Human agency and media praxis: Re-centring alternative and community media research". **Journal of Alternative and Community Media**, v. 1, n. 1, 2016, pp. 36-38.

RODRIGUEZ, Clemencia; FERRON, Benjamin; SHAMAS, Kristin. "Four challenges in the field of alternative, radical and citizens' media research". **Media Culture & Society**, v. 36, n. 2, Mar 2014, p. 150-166.

SALAVERRÍA, Ramon. "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental". **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, n. 7, 2001, p. 383-395.

_____. "Redefinir al comunicador". **El profesional de la información**, v. 25, n. 2, 2016, pp. 163-167. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.02>. Acesso em 07/12/2016.

STRELOW, Aline do Amaral Garcia. "Jornalismo alternativo no Rio Grande do Sul." **Revista PJ: BR**, 2005.

VAN LEEUWEN, Theo. "New forms of writing, new visual competencies". **Visual Studies**, v. 23, n. 2, 2008, pp. 130-135.